

## 2. *Brand image* (X2)

Sebagaimana yang telah diterangkan diatas, bahwa variabel *brand image* (X2) secara parsial mempengaruhi minat membeli. Uji t menunjukkan bahwa pengaruh *brand image* terhadap minat membeli adalah signifikan, ini ditunjukkan dengan angka statistik t hitung lebih besar dari t tabel  $2,623 > 1,988$ . Menunjukkan bahwa *brand image* secara parsial mempengaruhi minat membeli kosmetik Wardah.

Sedangkan hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa *R Square* adalah 0,788. Hal ini berarti bahwa 78,8% variabel minat membelidapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu label halal MUI dan *brand image*. Sedangkan sisanya sebesar 21,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dianalisis.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

##### 4.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. *Paragon Technology and Innovation* (PTI) adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi kosmetika. Dulunya bernama PT. Pusaka Tradisi Ibu, tetapi pada tahun 2011 berganti nama menjadi PT. *Paragon Technology and Innovation*. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. pada tanggal 28 Februari 1985.

Latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja keduanya di bidang farmasi dan kimia melandasi keberanian pasangan ini dalam mendirikan perusahaan yang memproduksi kosmetik. Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc merupakan sarjana kimia lulusan Institut Teknologi Bandung (ITB) tahun 1972, dan memperoleh gelar Master pada bidang ilmu kimia murni pada tahun 1977. Sedangkan Dra. Hj. Nurhayati Subakat adalah

SarjanaFarmasi yang juga lulusan ITB yang lulus pada tahun 1975, dan memperoleh gelar Apoteker pada tahun 1976, serta memiliki pengalaman kerja di *Wella Cosmetics* pada bagian pengendalian mutu.

Merek pertama yang dimiliki oleh PTI adalah Putri, dengan produk pertama adalah *shampoo*, yang kemudian berkembang menjadi produksi obat keriting, *creambath*, *hair tonic*, *hair spray*, dan produk perawatan rambut lainnya.

Pada tahun 1995, PTI kedatangan santri-santri dari Pesantren Hidayatullah yang meminta PTI memproduksi kosmetika yang bernafaskan Islami, maka lahirlah Wardah, dengan *positioning* Kosmetika Suci dan Aman. Suci karena produknya telah memiliki sertifikat halal dari lembaga LP POM MUI dan Aman karena memakainya bahan baku bermutu tinggi dan tentunya telah memiliki nomor registrasi yang dikeluarkan oleh DepKes.

Selama lebih dari 25 tahun berpengalaman di bisnis kosmetik, saat ini PTI memiliki 2 (dua) unit bisnis utama, yaitu:

Dari uji hipotesis secara simultan atau yang dinotasikan dalam bentuk uji F menyatakan bahwa ada secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel label halal MUI dan *brand image* terhadap variabel minat membeli kosmetik Wardah. Sebagaimana yang telah dibahas dalam item uji hipotesis simultan diatas, perhitungan nilai F sebesar 161,743 dan nilai signifikan sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 5%.

Sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial yaitu label halal MUI (X1) dan *brand image* (X2) terhadap variabel dependennya minat membeli (Y) adalah sebagai berikut:

#### 1. Label Halal MUI (X1)

Dari uji hipotesis atau yang dinotasikan dalam bentuk uji t menunjukkan nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan t tabel ( $7,799 > 1,988$ ) menunjukkan bahwa label halal MUI secara parsial, signifikan dapat mempengaruhi minat membeli kosmetik Wardah.

#### 1. Variabel label halal MUI ( $X_1$ )

Nilai  $t$  hitung variabel ini adalah 7,799 dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai  $t$  tabel pada  $\alpha = 5\%$ , adalah 1,988. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai  $7,799 > 1,988$ . Artinya bahwa variabel  $X_1$  (label halal MUI) berpengaruh signifikan terhadap minat membeli kosmetik Wardah.

#### 2. Variabel *brand image* ( $X_2$ )

Nilai  $t$  hitung variabel ini adalah 2,623 dengan tingkat signifikan 0,010. Nilai  $t$  tabel pada  $\alpha = 5\%$ , adalah 1,988. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai  $2,623 > 1,988$ . Artinya bahwa variabel  $X_2$  (*brand image*) berpengaruh signifikan terhadap minat membeli kosmetik Wardah.

### 4.8 Pembahasan

Dengan melibatkan sebanyak 90 responden, memberikan informasi mengenai pengaruh dua variabel yaitu label halal MUI dan *brand image* mempengaruhi minat membeli.

1. Sebagai perusahaan manufaktur yang memproduksi berbagai produk *skin care*, *hair care*, dan kosmetik dengan *brand* sendiri, seperti : Wardah, Putri, *Make Over*, dan sebagainya.
2. Perusahaan Maklon, yaitu penyedia jasa produksi kosmetik untuk perusahaan-perusahaan lain. Hingga saat ini, beberapa nama besar dalam bisnis kosmetik telah menjadi klien utama PTI, diantaranya : Sophie Paris, CNI dan beberapa produk yang digunakan oleh klinik-klinik kecantikan.

Dan dengan pengalaman lebih dari 26 tahun juga, PTI telah membawa Wardah sebagai *brand* lokal terbesar di Indonesia dan menjadi *1st local brand* dengan penjualan tertinggi di Matahari *Dept. Store* dan menduduki ranking 3 dari seluruh *brand* (lokal dan global).

Selama 4 tahun terakhir, perusahaan telah tumbuh lebih dari 80% per tahun, dengan 30 daerah operasional dan lebih dari 3000 karyawan di seluruh Indonesia. Dan sudah membuka 120 *outlet Make Over* di Indonesia dan 22.000 *outlet Wardah* di Indonesia dan Malaysia.

#### 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari PT. Paragon Technology and Innovation adalah menjadikan perusahaan yang terus berkembang di berbagai bidang dengan menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Sedangkan misi perusahaan ini adalah:

1. Mengembangkan karyawan yang berkompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.
2. Menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.
3. Mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek.
4. Terus berinovasi, menguasai ilmu, menerapkan teknologi baru, dan berinovasi demi kepuasan pelanggan.
5. Mengembangkan berbagai unit usaha secara lateral.

#### 4.7.4 Uji t (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Untuk menguji hipotesis maka analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pemberian label halal MUI terhadap variabel dependen yaitu minat membeli.

Hasil uji t dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16  
Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.189	1.257		3.334	.001		
X1	.646	.083	.687	7.799	.000	.314	3.184
X2	.206	.079	.231	2.623	.010	.314	3.184

a. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung untuk label halal MUI ( $X_1$ ) adalah 7,799, *brand image* ( $X_2$ ) adalah 2,623

Berdasarkan kriteria uji hipotesis maka dapat disimpulkan:

#### 4.7.3 Uji F (uji signifikan simultan)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501.460	2	250.730	161.747	.000 <sup>a</sup>
	Residual	134.862	87	1.550		
	Total	636.322	89			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

*Sumber: Data primer yang diolah, 2013*

Dari uji ANOVA didapat F hitung sebesar 161,743 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat signifikannya jauh dibawah alpha 0,05 hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel label halal MUI dan *brand image* berpengaruh terhadap minat membeli. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan pemberian label halal MUI dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat membeli kosmetik Wardah.

#### 4.1.3 Lokasi Kantor dan Pabrik

PT. Paragon Technology and Innovation memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jl.Kampung Baru V no. 44B Rt. 004/02. Kantor ini juga merupakan kantor pemasarannya dan sekaligus gudang barang jadi. Dengan menggunakan lahan seluas 700 m<sup>2</sup> dan luas bangunan 270 m<sup>2</sup>, kantor multifungsi ini diisidengan ruang administrasi, kantor direksi, gudang produk jadi, gudang bahan baku dan kemasan, serta sebuah musholla.

Perusahaan memiliki dua buah pabrik yang menunjang kegiatan produksinya. Keduanya berlokasi di Tangerang, yaitu di kawasan industri Cibodas dan kawasan industri Jatake. Kapasitas produksinya saat ini hampir 3 ton sehari untuk seluruh produknya.

Dalam penelitian ini, tempat yang peneliti gunakan dalam penelitian adalah PT. Paragon Technology and Innovation Distribution Centre Wardah Jawa Tengah yang berlokasi di Jl. Kedungmundu Raya No. 37. Tandang, Tembalang, Semarang.

#### 4.1.4 Segmentation, Targeting dan Positioning

Perusahaan menetapkan segmentasi produk Wardah pada wanita usia 20-35 tahun, dengan kelas sosial menengah. Namun ternyata konsumen yang menggunakan produk ini beraneka ragam usia dan status sosial.

Pada awal peluncurannya, Wardah memang ditujukan untuk kalangan agama tertentu, namun dari hasil penjualan diketahui bahwa konsumen Wardah ternyata tidak hanya berasal dari komunitas santri-santripesantren dan ibu-ibu pengajian saja, namun banyak pula wanita-wanita karir yang menggunakan produk ini. Bahkan ada pula konsumen non muslim yang menyukainya.

Sampai saat ini perusahaan tetap menggunakan *positioning* Wardah sebagai "Kosmetika Suci dan Aman". Jargon ini dirasakan Wardah cukup mengena dalam benak masyarakat. Dengan adanya kata suci, masyarakat menganggap Wardah sebagai produk halal dan aman sebagai jaminan keamanan dalam menggunakan produk ini.

dilihat bahwa semua variabel  $X_1$  dan  $X_2$  tidak ada yang keluar dari persamaan (kolom removed variable kosong). Setelah mengetahui seluruh variabel dimasukkan dalam analisis persamaan, maka dilakukan pengujian koefisien determinasi.

Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 16, seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.888 <sup>a</sup>	.788	.783	1.24504	2.257

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel diatas bahwa *R Square* adalah 0,788. Hal ini berarti bahwa 78,8% variabel minat membeli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu label halal MUI dan *brand image*. Sedangkan sisanya sebesar 21,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dianalisis.

bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara brand image dengan minat membeli.

4.7 Pengujian Hipotesis

4.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada Tabel Model Summary dan tertulis R square. Besarnya R square berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil besarnya R square, maka hubungan kedua variabel semakin lemah. Sebaliknya jika R square semakin mendekati 1 maka hubungan kedua variabel semakin kuat.

Tabel 4.13

Variables Entered/Removed <sup>b</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang dikeluarkan atau dimasukkan kedalam persamaan, dapat

4.1.5 Produk-Produk Wardah

A. Basic Series for Skin Care

1. Facial Wash

Sabun muka lembut untuk semua jenis kulit. Soap free formula, tidak membuat kulit menjadi kering.

2. Cleanser

- Normal to dry skin

Susu pembersih dengan PH balance untuk kulit normal-kering. Dengan ekstrak bunga Camomile dan aloe Vera. Diperkaya vitamin E sebagai antioksidan.

- Normal to oily skin

Susu pembersih dengan PH balance untuk kulit normal berminyak. Ekstrak witch hazel-nya membantu meringkas pori dan mengencangkan kulit. Diperkaya pelembab dan vitamin E.

3. *Instan Remover*

Cairan pembersih *one step* untuk *make up* dan kotoran pada wajah. Formula ringan dan lembut. Tidak meninggalkan lapisan minyak di wajah.

4. *Hydrating Toner*

*Toner* lembut non alkohol. Tidak membuat kulit menjadi kering dan iritasi.

5. *Sunscreen Gel SPF 30*

Tabir surya *berbentuk* gel dengan SPF 30. Mengandung pelembab, *filter* UV-A dan UV-B yang melindungi kulit dari kerusakan akibat sinar matahari. Sangat dianjurkan kepada anda terlebih untuk beraktivitas di luar ruangan.

6. *Moisturizer cream*

Pelembab untuk semua jenis kulit. Mengandung *microcollagen*, *olive oil*, dan vitamin E ( *antioksidan* ) . Untuk kulit lembab dan senantiasa halus.

Tabel 4.12

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.189	1.257		3.334	.001		
X1	.646	.083	.687	7.799	.000	.314	3.184
X2	.206	.079	.231	2.623	.010	.314	3.184

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari tabel diatas maka dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,189 + 0,646 X_1 + 0,206 X_2 + e$$

Dari hasil diatas dapat diketahui jika label halal MUI mengalami kenaikam 1%, maka minat membeli akan mengalami peningkatan sebesar 0,646 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara label halal MUI dengan minat membeli, semakin naik label halal MUI, maka semakin meningkat minat membeli. Sedangkan jika brand image mengalami kenaikan 1%, maka minat membeli akan mengalami peningkatan sebesar 0,206 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien



rsgresi diperoleh nilai Durbin Watson 2,257 dengan jumlah variabel bebas (k)= 2, sample (n) = 90 dan dl =1,612, du = 1,703. Maka  $du < dw < 4-du$ . Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.6 Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan dasar regresi linear berganda ditulis dengan  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$ . Nilai konstanta (a) menunjukkan besarnya nilai variabel Y jika variabel X adalah 0. Sedangkan nilai b menunjukkan besarnya perubahan variabel Y jika variabel X berubah sebesar satu satuan.

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh peneliti, maka persamaan regresi linier berganda diperoleh dari table sebagai berikut:

#### 7. *Moisturizer Gel*

Pelembab berbentuk *gel*. Mengandung *ekstrak chamomile*, *pro vitamin B-5* dan vitamin E. Ringan dan cocok untuk kulit berminyak sekalipun.

#### 8. *Intensive night cream*

Krim malam dengan kandungan *squalene*, *microcollagen ( aminopeptida )*, *olive oil* dan vitamin E. Sangat dianjurkan untuk memelihara kekenyalan kulit.

#### 9. *Peeling cream*

Krim berisi *scrub* lembut dengan tiga aksi; mengangkat sel kulit mati, membantu mempercepat regenerasi sel dan sekaligus melembabkan. Dianjurkan dipakai seminggu sekali.

#### 10. *Facial scrub*

*scrub* lembut dengan *PH balance*. Mengangkat kotoran hingga ke pori-pori.

11. *Facial mask*

masker untuk semua jenis kulit. Mengencangkan dan menghaluskan kulit.

B. *Lightening Series/White Series*

1. *Lightening gentle wash*

sabun pembersih dengan *PHbalance*. Mengandung ekstrak *licorice* dan vitamin B3 yang membantu mencerahkan kulit.

2. *Lightening facial scrub*

*Scrub* pembersih dengan *PH balance*. Mengangkat sel kulit mati dan kotoran penyumbat pori. Mengandung ekstrak *licorice* untuk kulit yang lebih cerah, bersih dan segar.

3. *Lightening milk cleanser*

*Lotion* pembersih yang mengandung AHA, ekstrak *licorice* dan vitamin B3. Membersihkan dan membuat kulit tampak lebih cerah.

4. *Lightening face toner*

terjadi Heteroskedasitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi minat membeli berdasarkan masukan variabel independennya.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.888 <sup>a</sup>	.788	.783	1.24504	2.257

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable:  
Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan antara pengganggu pada periode t dengan pengganggu pada pada periode t-1 (sebelumnya). Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin Watson* atas residual persamaan

terjadi persebaran yang tidak menggerombol membentuk suatu pola yang teratur, dapat disajikan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 4.6

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak

Toner dengan PH balance. Mengandung ekstrak licorice yang membantu mencerahkan kulit kusam, alcohol free, tidak membuat kulit menjadi kering.

5. Lightening face mask

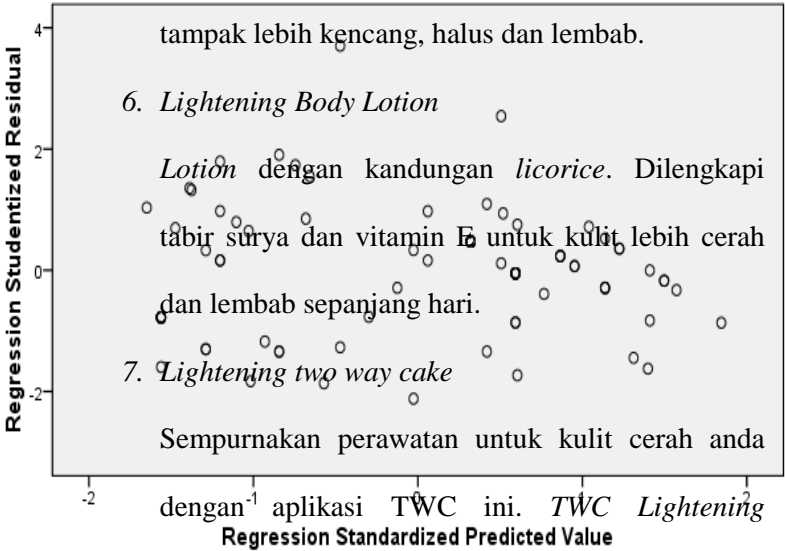
Masker untuk semua jenis kulit dengan kaolin, ekstrak licorice, seaweed, dan vitamin E untuk kulit tampak lebih kencang, halus dan lembab.

6. Lightening Body Lotion

Lotion dengan kandungan licorice. Dilengkapi tabir surya dan vitamin E untuk kulit lebih cerah dan lembab sepanjang hari.

7. Lightening two way cake

Sempurnakan perawatan untuk kulit cerah anda dengan aplikasi TWC ini. TWC Lightening merupakan paduan bedak sekaligus foundation dengan bahan coated powder sebagai sentuhan akhir tata rias. Halus, mudah menempel dan tahan lama. Diperkaya dengan ekstrak licorice yang bekerja mencerahkan wajah. Octyl



*Metoxycinnamate + Titanium Dioxide Micronize* sebagai *UV protection* dan *squalene* yang melembabkan kulit.

### C. *Acne Series*

Rangkaian perawatan jerawat yang membersihkan pori, mencegah dan menyembuhkan jerawat, serta membantu meminimalkan noda bekas jerawat.

#### 1. *Acne cleansing gel*

Sabun pembersih bentuk *gel*. Mengandung *oil control* yang mengurangi kelebihan minyak, zat anti iritasi dan *keratolyc agent* yang mempercepat pengeringan jerawat.

#### 2. *Acne gentle scrub*

Pembersih wajah berjerawat dengan *scrub* halus yang mengangkat kotoran dan sel kulit mati. Dengan *oil control*, *keratolyc agent* dan *anti irritant*.

#### 3. *Pore tightening toner*

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai VIF, semua variabel yakni X1 dan X2 menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dan hasil perhitungan nilai tolerance juga menunjukkan hal yang sama yakni tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada tampilan grafik Scatterplot, menunjukkan bahwa persebaran antara nilai prediksi variabel terikat dengan residulnya tidak membentuk suatu pola yang pasti, atau

independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (Multi) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Hasil uji multikolinearitas dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.189	1.257		3.334	.001		
X1	.646	.083	.687	7.799	.000	.314	3.184
X2	.206	.079	.231	2.623	.010	.314	3.184

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari hasil Pedoman suatu regresi yang bebas multikolonieritas adalah dengan melihat VIF dan tolerance. Jika  $VIF < 10$  dan toleran  $> 0,1$  maka tidak terjadi multikolonieritas.

*Toner* tanpa alkohol untuk kulit berjerawat, diperkaya dengan *aloe vera* sebagai *moisturizer*, *Zinc Gluconate* dan *ekstrak witch hazel* untuk mengurangi minyak berlebih dan meringkas pori. Formulanya efektif menjadikan Wajah lebih segar, tidak nampak mengkilat, bebas jerawat dan tetap lembab.

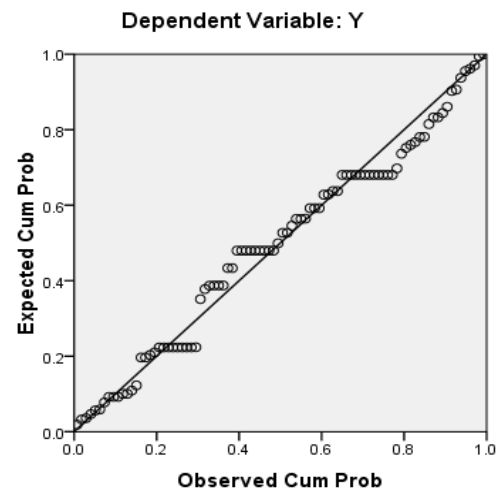
4. *Acne Perfecting Moisturizer Gel*

Pelembab *gel* dengan SPF 18. Melembabkan dan mengurangi kelebihan minyak pada wajah sekaligus melindungi kulit dari pengaruh buruk sinar matahari.

5. *Acne Treatment Gel*

*Gel* dengan *triclosan* yang mencegah timbulnya jerawat, *beta glucan* ( anti iritasi ) dan asam salisilat ( *keratolitik* ) untuk mengelupaskan dan mengeringkan jerawat.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



- 4. Pure Olive Oil (30 ml)
- 5. Intensive Moisturizer Cream (40 ml)
- 6. All Day Protection (60 ml)
- 7. Moist Plus
- 8. Pasta Gigi Zaki

Mendapat hadiah langsung berupa kantong serbaguna praktis yang dapat dilipat, botol spray untuk wudhu, serta buklet Panduan Ibadah Haji lengkap.

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dengan melihat tampilan grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal yang berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23097620
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		.908
Asymp. Sig. (2-tailed)		.382
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan tabel Kolmogorov-Smirnov, nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,908 dan signifikan 0,382 yang jauh diatas 0,05 yang berarti nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik.

Sedangkan dari hasil analisis data dengan SPSS diperoleh grafik *probability plot/P-Plot* sebagai berikut :

## 4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan. Adapun kriteria-kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

### 4.2.2 Jenis kelamin responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden konsumen kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Prosentase jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Perempuan	90	100%
Total	90	100%

*Sumber: Data primer yang diolah, 2013*

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pada konsumen kosmetik Wardah yang diambil peneliti adalah wanita.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Tabel 4.1  
Hasil Uji reliabilitas instrument

Variabel	Reliabilitas Coefficients	Keterangan
X1	0,773	Reliabel
X2	0,891	Reliabel
Y	0,788	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel.

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

4.2.3 Jenis usia responden

Uji Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah Data mengenai jenis usia responden konsumen data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi kosmetik Wardah adalah sebagai berikut: normal atau tidak. Uji normalitas dapat dideteksi dengan dua cara

Tabel 4.2

yaitu uji statistik dan analisis grafik

Jenis Usia	Jumlah	Presentase
20-25	46	51%
26-35	44	49%
Total	90	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2013



Variable	Pada tabel pertanyaan	diatas Correlation total	ditukan r table	jumlah Keterangan
responden	Pertanyaan 5	0,480	0,207	Valid
berusia	Pertanyaan 6	0,598	0,207	Valid
	Pertanyaan 7	0,497	0,207	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2013  
prosentase sebesar 51% dan yang berusia 26-35 sebanyak 44

orang dengan prosentase 49%.

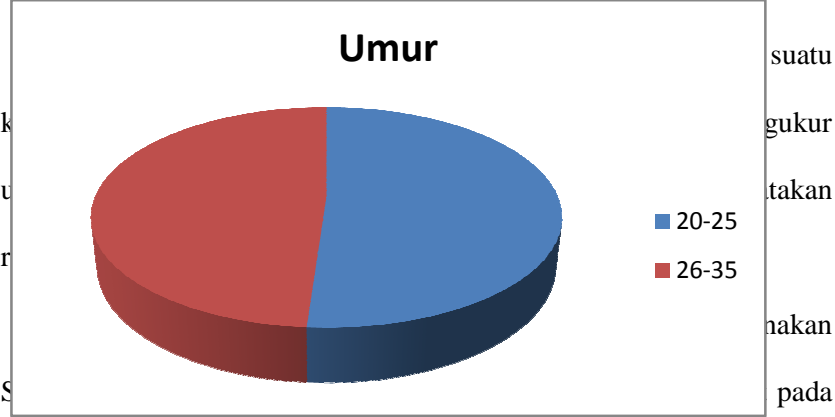
Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis usia

pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0,207) dan bernilai positif.  
responden yang dapat peneliti peroleh:

Dengan demikian butir-butir pertanyaan yang digunakan peneliti  
Gambar 4.2

dinyatakan valid.



tabel berikut:

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

#### 4.2.4 Jenis pekerjaan responden

Data mengenai jenis pekerjaan responden konsumen kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3  
Prosentase jenis pekerjaan responden

Jenis pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Pelajar/Mahasiswa	28	31%
Pegawai Negeri	11	12%
Wiraswasta	23	25,5%
Pegawai Swasta	22	24,5%
Lainnya	6	7%
Total	90	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Pada tabel diatas memperlihatkan bahwa pelajar/mahasiswa memiliki proporsi sebesar 31% sedangkan dari kalangan pegawai negeri hanya 12%, wiraswasta sebesar 25,5%, pegawai swasta sebesar 24,5%, dan lainnya sebesar 7%.

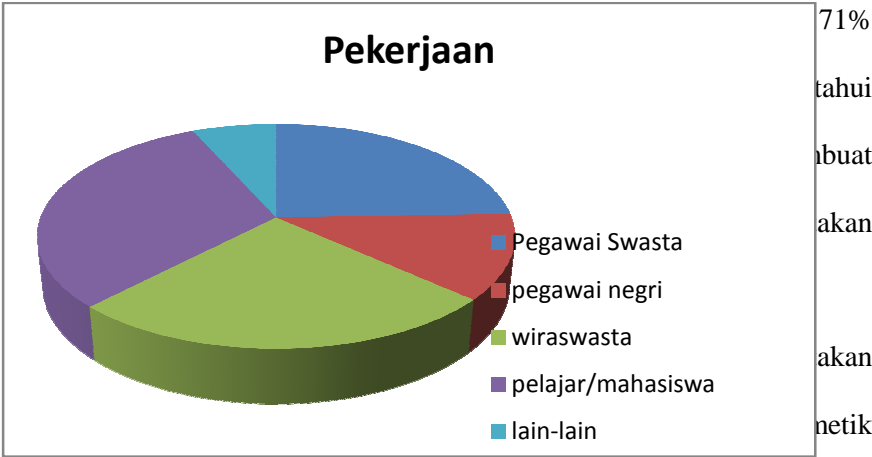
Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis pekerjaan yang dapat peneliti peroleh:

*of freedom* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $90-2$  atau  $df = 88$  dengan alpha 5% didapat r tabel 0,207. Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.8  
Hasil uji validitas instrument

Variable	Item pertanyaan	Corrected Item total Correlation	r table	Keterangan
Label Halal MUI(X1)	Pertanyaan 1	0,406	0,207	Valid
	Pertanyaan 2	0,494	0,207	Valid
	Pertanyaan 3	0,324	0,207	Valid
	Pertanyaan 4	0,700	0,207	Valid
	Pertanyaan 5	0,512	0,207	Valid
	Pertanyaan 6	0,562	0,207	Valid
	Pertanyaan 7	0,511	0,207	Valid
Brand Image(X2)	Pertanyaan 1	0,775	0,207	Valid
	Pertanyaan 2	0,732	0,207	Valid
	Pertanyaan 3	0,828	0,207	Valid
	Pertanyaan 4	0,818	0,207	Valid
	Pertanyaan 5	0,758	0,207	Valid
	Pertanyaan 6	0,631	0,207	Valid
	Pertanyaan 7	0,283	0,207	Valid
Minat Membeli(Y)	Pertanyaan 1	0,279	0,207	Valid
	Pertanyaan 2	0,547	0,207	Valid
	Pertanyaan 3	0,714	0,207	Valid
	Pertanyaan 4	0,578	0,207	Valid

Item pertanyaan 6, Capaian 4.3 tabel diatas sebanyak 3%



Wardah kepada teman, saudara dan kerabat dekat lainnya,

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

sedangkan sebanyak 13% responden menyatakan sangat setuju

dan sebanyak 33% responden menyatakan kurang setuju. Hal ini

4.2.4. Jenis pendidikan responden

menunjukkan bahwa mereka kebanyakan ingin

Data mengenai jenis pendidikan responden konsumen

merekomendasikan produk kosmetik Wardah kepada teman,

kosmetik Wardah adalah sebagai berikut:

saudara dan kerabat dekat lainnya,

Tabel 4.4

Prosentase jenis pendidikan responden

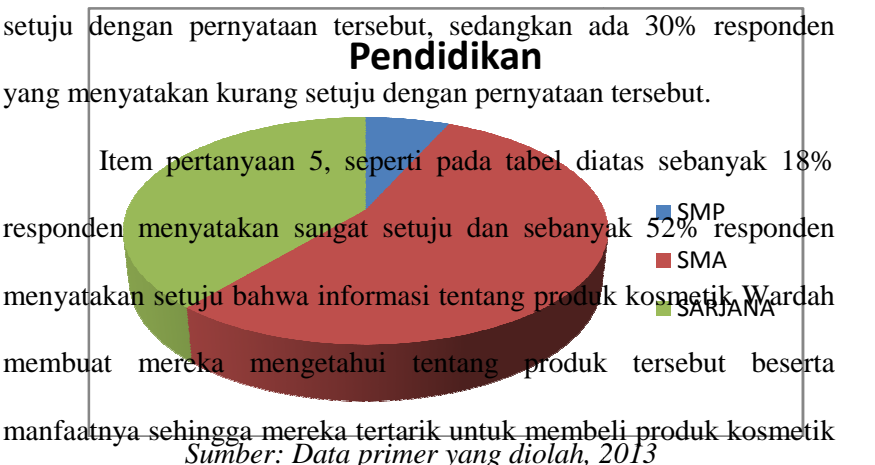
4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Jenis Pendidikan ..	Jumlah	Prosentse
Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen,	6	6,5%
SMA	49	54,5%
SARJANA	35	39%
Total	90	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree

Item pertanyaan 3 seperti pada tabel diatas adalah 57% responden menyatakan lebih Wardah karena harganya lebih murah dan kualitasnya lebih baik. Sedangkan 43% responden menyatakan Wardah dengan produk kosmetik lainnya. Item pertanyaan 4 seperti pada tabel diatas adalah 68% responden menyatakan Wardah dengan produk kosmetik lainnya. Item pertanyaan 5 seperti pada tabel diatas adalah 52% responden menyatakan sangat setuju dan 48% responden menyatakan setuju bahwa informasi tentang produk kosmetik Wardah membuat mereka mengetahui tentang produk tersebut beserta manfaatnya sehingga mereka tertarik untuk membeli produk kosmetik Wardah. Adapula yang menyatakan kurang setuju sebanyak 30% responden.



Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Tabel 4.7  
Skor kuesioner variabel Y

Item Pertany aan	Tot al SS	%	Tot al S	%	Tota l KS	%	Total TS	%	Tota l STS	%
1	20	22	61	68	9	10	0	0	0	0
2	7	8	49	54	34	38	0	0	0	0
3	1	1	57	63	32	36	0	0	0	0
4	2	2	61	68	27	30	0	0	0	0
5	16	18	47	52	27	30	0	0	0	0
6	3	3	64	71	23	26	0	0	0	0
7	12	14	48	15	30	33	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel minat membeli (Y), pada item pertanyaan 1, sebanyak 68% responden menyatakan setuju bahwa produk yang ditawarkan memotivasi mereka untuk tertarik membeli dan menggunakan produk kosmetik Wardah, adapun sebanyak 22% responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut, akan tetapi ada responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 10%.

Item pertanyaan 2, seperti pada tabel diatas sebanyak 54% responden menyatakan setuju bahwa mereka membeli produk kosmetik Wardah karena kebutuhan, adapun sebanyak 8% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Adapula yang menyatakan kurang setuju sebanyak 38% responden.

### 4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang diperoleh dilapangan. Data yang disajikan berupa data mentah yang kemudian diolah menggunakan teknik statistik deskripsi.

Berdasarkan judul dan perumusan masalah penelitian dimana penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yakni meliputi minat membeli (Y), pemberian label halal MUI(X1), *brand image* (X2). Sampel yang diambil data dalam penelitian ini adalah 90 orang konsumen kosmetik Wardah. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 90 orang konsumen tersebut hasilnya dapat dijelaskan sebagaimana dibawah ini:

#### 4.3.1. Pemberian label halal MUI variabel X<sub>1</sub>

Dari data hasil penelitian mengenai variabel bebas pertama yaitu label halal MUI (X1) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 butir instrumen dengan penggunaan skala pilihan jawaban

skala lima pilihan. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5  
Skor kuesioner variabel X<sub>1</sub>

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
1	19	21	63	70	8	9	0	0	0	0
2	5	6	47	52	38	42	0	0	0	0
3	9	10	41	46	40	44	0	0	0	0
4	3	3	56	62	31	35	0	0	0	0
5	13	15	47	52	30	33	0	0	0	0
6	15	17	40	44	35	39	0	0	0	0
7	11	12	49	55	30	33	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel pemberian label halal MUI (X<sub>1</sub>). Item pertanyaan 1, sebanyak 21% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 70% memilih setuju dan 9% memilih kurang setuju. Dilihat dari prosentase diatas artinya mereka percaya bahwa dalam proses pembuatan produk kosmetik Wardah tidak tercampur dengan barang atau barang haram

Item pertanyaan 2, sebanyak 6% responden menyatakan sangat setuju, 52% menyatakan setuju, 42% menyatakan kurang setuju . Hai ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak yang setuju air yang digunakan dalam proses pembuatan produk

diri dalam penampilan, adapun sebanyak 4% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Adapula yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 37% responden.

Item pertanyaan 7, sebanyak 73% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk lain, adapun sebanyak 18% responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut dan ada juga yang menyatakan kurang setuju dengan pernyataan tersebut sebanyak 9% responden.

4.3.3 Minat Membeli sebagai variabel Y

Dari data hasil penelitian mengenai variabel terikat yaitu minat membeli (Y) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 5 butir instrumen. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Item pertanyaan 3, sebanyak 55% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah Produk kosmetik yang mudah diperoleh di pasaran, sedangkan sebanyak 4% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 41% responden menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan lebih banyak responden yang setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah Produk kosmetik yang mudah diperoleh di pasaran.

Item pertanyaan 4, sebanyak 57% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah kosmetik dengan harga yang terjangkau, sedangkan sebanyak 3% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 40% responden menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 5, sebanyak 52% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah memiliki keunggulan dibandingkan produk lain dan banyak manfaatnya, sedangkan sebanyak 3% responden menyatakan sangat setuju dan 45% menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 6, seperti pada tabel diatas sebanyak 59% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah membuat penampilan anda lebih menarik dan merasa lebih percaya

kosmetik Wardah merupakan air yang bersih, tidak berwarna, tidak berbau dan terjaga kebersihannya.

Pada item pertanyaan 3, sebanyak 10% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 46% responden menyatakan setuju, sebanyak 44% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan responden yang diteliti lebih banyak yang setuju bahwa bahan baku utama produk kosmetik Wardah berasal dari pemasok yang sudah bersertifikasi halal sehingga anda tidak perlu khawatir untuk menggunakannya.

Pada item pertanyaan 4, sebanyak 62% responden menyatakan setuju bahwa bahan baku utama produk kosmetik Wardah tetap terjaga kualitas kehalannya dan mampu bersaing dengan produsen kosmetik yang ada dipasaran, sedangkan sebanyak 35% menyatakan kurang setuju dan sebanyak 3% menyatakan sangat setuju.

Pada item pertanyaan 5, sebanyak 15% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 52% responden menyatakan setuju, bahwa bahan pembantu untuk pembuatan produk kosmetik

Wardah sudah sesuai dengan kadar keamanan SNI, sedangkan sebanyak 33% menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 6, sebanyak 17% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 44% memilih setuju dan 39% memilih kurang setuju. Dilihat dari prosentase diatas artinya bahwa mereka merasa aman untuk menggunakan kosmetik Wardah karena pada kemasan kosmetik Wardah terdapat labelisasi yang jelas meliputi informasi komposisi, cara memakai, label halal, tanggal kadaluarsa, layanan konsumen dll.

Item pertanyaan 7, sebanyak 12% responden menyatakan sangat setuju, sebanyak 55% memilih setuju dan sebanyak 33% menyatakan kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa adanya informasi label halal LPPOM MUI pada kemasan produk kosmetik Wardah memperkuat bahwa produk kosmetik Wardah tidak berbahaya bagi anda.

4.3.2. *Brand image* sebagai variabel X<sub>2</sub>

Dari data hasil penelitian mengenai variabel bebas kedua yaitu *Brand Image* (X<sub>2</sub>) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 5 butir

instrumen. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6  
Skor kuesioner variabel X<sub>2</sub>

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
1	4	4	53	59	33	37	0	0	0	0
2	3	3	52	58	35	39	0	0	0	0
3	4	4	49	55	37	41	0	0	0	0
4	3	3	51	57	36	40	0	0	0	0
5	3	3	47	52	40	45	0	0	0	0
6	4	4	53	59	33	37	0	0	0	0
7	16	18	66	73	8	9	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa untuk variabel *brand image* (X<sub>2</sub>). Item pertanyaan 1, sebanyak 4% responden menyatakan sangat setuju dan sebanyak 59% responden menyatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah adalah produk yang bagus kualitasnya sedangkan sebanyak 37% menyatakan kurang setuju.

Item pertanyaan 2, sebanyak 3% responden menyatakan sangat setuju dan 58% responden mengatakan setuju bahwa produk kosmetik Wardah tahan lama dipakai dan cocok dengan kulit mereka. Sedangkan sebanyak 39% responden menyatakan kurang setuju.